



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 5 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: COMUNICACIÓN Y GLOBALIZACIÓN

1. HORIZONTE INSTITUCIONAL	
1.1 MISIÓN	
Misión Institucional	Misión del Programa
La Corporación Universidad de la Costa, como institución de Educación Superior tiene como misión formar un ciudadano integral bajo el principio de la libertad de pensamiento y pluralismo ideológico, con un alto sentido de responsabilidad en la búsqueda permanente de la excelencia académica e investigativa, utilizando para lograrlo el desarrollo de ciencia, la técnica, la tecnología y la cultura.	Formar profesionales integrales con capacidad de plantear y desarrollar propuestas de Internacionalización viables para la transformación y comercialización de productos y servicios con enfoque innovador a mercados Globales con sentido idóneo, reflexivo, crítico, creativo, utilizando para lograrlo el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la cultura; conscientes de sus deberes profesionales, capaces de competir en un mercado regional, nacional e internacional.
1.2 VISIÓN	
Visión Institucional	Visión del Programa
La Corporación Universidad de la Costa, tiene como visión ser reconocida por la sociedad como una institución de educación superior de alta calidad y accesible a todos aquellos que cumplan los requerimientos académicos.	Seremos un programa posicionado en el ámbito nacional e internacional, reconocido por su compromiso con la sociedad, formando profesionales integrales con alto grado de sensibilidad social, que respondan a los retos de la Globalización, que impacten en organizaciones, trabajadores y comunidad en general, asegurando una formación humanística e interdisciplinaria apoyada en los pilares de la investigación.
1.3 VALORES	
Excelencia: Entendida como el compromiso de la Institución en mantener unas condiciones de alta calidad en sus procesos académicos, administrativos y financieros. Civismo: Entendido como el comportamiento respetuoso de la comunidad universitaria con las normas de convivencia ciudadana. Respeto: Entendido como el reconocimiento del valor propio, de los demás y del entorno. Servicio: Se entiende como la disposición de los miembros de la comunidad universitaria para atender las necesidades de la sociedad. Compromiso Social: Entendido como la responsabilidad que tiene la Universidad de promover acciones que contribuyan al desarrollo sostenible. Comportamiento Ético: Entendido como el conjunto de acciones de los miembros de la comunidad universitaria que reflejan la filosofía institucional. Trabajo en Equipo: Entendido como la contribución articulada de los miembros de la comunidad universitaria al logro de los objetivos institucionales.	
2. PERFILES	
2.1 PERFIL DEL DOCENTE	
Profesional en el área de Ciencias Económicas, con Maestría o Doctorado en el área de formación de Negocios Internacionales o afines; Nivel de suficiencia de inglés mínimo B1 u otra segunda lengua; Experiencia en docencia universitaria mínima de tres (3) años; Experiencia mínima de tres (3) años en el área profesional específica de los Negocios	



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 5 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: COMUNICACIÓN Y GLOBALIZACIÓN

2.2 PERFIL DE FORMACIÓN				
<p>El profesional en Negocios Internacionales cuenta con unas competencias profesionales (genéricas y específicas) que le permiten abordar su profesión desde diferentes ámbitos. Posee el conocimiento de negocios para aplicarlo con capacidad analítica, crítica y propositiva en la toma de decisiones respecto a la creación, gestión y promoción de unidades productivas o negociaciones a nivel nacional e internacional. Está facultado para desempeñar el rol de negociador internacional con organizaciones competitivas que se encuentren comprometidas con el medio ambiente y promuevan la dignidad humana, partiendo del respeto por las creencias y el diálogo con otros como contribución a la construcción de una sociedad más equitativa y justa.</p> <p>Competente para relacionarse e implementar planes de negocios internacionales que propendan por el mejoramiento continuo, la productividad y la competitividad</p>				
3. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA				
Facultad: Ciencias Económicas			Programa: Negocios Internacionales	
Nivel de Formación:	Técnico ()	Tecnólogo ()	Pregrado (X)	Posgrado: E () M ()
Nombre de la Asignatura: COMUNICACIÓN Y GLOBALIZACIÓN				
3.1. JUSTIFICACIÓN				
<p>La comunicación en los tiempos de la globalización hace que se genere mucha información que permite analizar el entorno en el que se desarrollan los negocios internacionales. La información es vital en todos los campos de la actividad humana. Como profesionales en Negocios Internacionales, los estudiantes deben aprender cómo se produce y se maneja en el contexto social y en un mundo cada vez más globalizado, para que puedan colocarla al servicio de los intereses que están defendiendo y favorecer al éxito de su gestión.</p> <p>De acuerdo con lo anterior, hay que destacar que los medios de comunicación masiva constituyen la institución donde se concentra el mayor flujo de información en una sociedad, por tanto, resulta relevante conocer la forma como se construyen los contenidos que difunden y el alcance de sus efectos.</p> <p>Así, la complejidad de las estructuras sociales modernas lleva a que el conocimiento sobre la realidad del mundo llegue a la sociedad mediática, en la forma de un discurso público que se socializa por los medios. De manera que el trabajo del llamado “cuarto poder” resulta cada vez más influyente para las decisiones que se toman tanto en la esfera pública como en la privada. Por tanto, la realidad de la sociedad en tiempos de globalización, su influencia en nuestras vidas y su representación mediática debe formar parte de las reflexiones de quienes se están formando como profesionales en Negocios Internacionales.</p>				
3.2 COMPETENCIAS A DESARROLLAR DESDE ESTE PLAN DE ASIGNATURA				
COMPETENCIAS GENERICAS		COMPETENCIAS ESPECIFICAS		
Comunicación escrita. Lectura crítica. Inglés Razonamiento cuantitativo Competencias ciudadanas		Analizar el contexto político, social, cultural, y económico en la dinámica de la globalización para la planificación de estrategias de negociación, la resolución de conflictos y la identificación de oportunidades, que permitan el desarrollo de procesos de negociación internacional.		



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 5 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: COMUNICACIÓN Y GLOBALIZACIÓN

4. PLANEACIÓN DE UNIDADES DE FORMACIÓN		
TEMARIO	TOTAL HORAS PRESENCIALES	TOTAL HORAS INDEPENDIENTES
Comunicación en tiempos de globalización	16	32
Análisis de medios de comunicación internacionales	16	32
Análisis del discurso en ambientes internacionales	16	32
TOTAL HORAS	48	96

4.1. COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE GLOBALIZACIÓN			
ELEMENTO DE COMPETENCIA		INDICADORES DE DESEMPEÑO	
Emplear las principales teorías de la comunicación intercultural y su relación con los medios masivos, con el fin de alcanzar una comunicación efectiva en los procesos de globalización.		<div><div>1.</div><div>Conoce los conceptos básicos del proceso de comunicación.</div></div> <div><div>2.</div><div>Comprende las principales teorías de comunicación intercultural.</div></div> <div><div>3.</div><div>Relaciona conceptos básicos de la globalización con las teorías de comunicación intercultural.</div></div> <div><div>4.</div><div>Aplica criterios de los diferentes tipos de comunicación en contextos de negociación internacional.</div></div>	
4.1.1. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DE TRABAJO PRESENCIAL	ESTRATEGIA DE TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS EVALUATIVAS
• Conceptos básicos del proceso de comunicación	• Exposición magistral sobre Conceptos básicos del proceso de comunicación.	• Lectura sobre conceptos clave del proceso de comunicación.	• Preparación grupal de un poster sobre las diferentes teorías de la comunicación internacional.
• Teorías de la comunicación internacional.	• Video foros sobre teorías de la comunicación internacional.	• Investigación en base de datos sobre teorías de la comunicación internacional.	• Redacción de una historia ficticia que contenga claramente el proceso de comunicación.
• Conceptos básicos de la globalización.	• Debate sobre conceptos básicos de la globalización.	• Lectura sobre la globalización.	• Elaboración de Ensayo (tipo opinión) sobre el término globalización y su influencia en los negocios internacionales.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 5 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: COMUNICACIÓN Y GLOBALIZACIÓN

• Tipos de comunicación intercultural.	• Exposición magistral sobre tipos de comunicación intercultural	• Análisis de videos sobre tipos comunicación.	• Análisis de caricaturas con base al proceso de comunicación.
--	--	--	--

4.1.2. RECURSOS EDUCATIVOS

EQUIPOS	HERRAMIENTAS	MATERIALES
Computador Video beam	*Tablero *Marcadores *Internet *Papel bond/cartulinas.	*Artículos científicos. *Textos de periódicos o revistas. *Recursos bibliográficos virtuales. *Libros

Referencias:

Básicas.

Aguado, J. M. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. Universidad de Murcia.

Castells, M., La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura, 3 vols. (1: La Sociedad Red, II: El Poder de la Identidad, III: Fin de milenio), versión castellana de Carmen Martínez Gimena Madrid, Alianza, 1997-1998.

Gambarato, R. R., & Alzamora, G. C. (Eds.). (2018). *Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age*. IGI Global.

Complementarias.

Barragán, V., & Terceros, I. (2017). Radios, redes e internet para la transformación social.

del Junco, J. G., & Dos Santos, J. M. B. (2017). *Habilidades directivas*. Ediciones Pirámide.

García-Lomas, O. L., & Churruca, A. N. (2014). *Negociación internacional: estrategias y casos*. Ediciones Pirámide.

Arredondo, P. (2016). Mediatización social, poder, mercado y consumo simbólico. *Salamanca: Comunicación Social Ediciones.[Links]*.

Key Concepts in Intercultural Dialogue, No. 5, 2016 <http://centerforinterculturaldialogue.org>
Originally published in 2014; translated into Spanish in 2016

Hernández, M., & Buitrago, R. (2017). Role of the organizational synaesthete in the management of assertive communication. *ECONÓMICAS CUC*, 38(2), 61-76.
<https://doi.org/10.17981/econcuc.38.2.2017.05>



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 5 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: COMUNICACIÓN Y GLOBALIZACIÓN

4.2. ANALISIS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNACIONALES.			
ELEMENTO DE COMPETENCIA		INDICADORES DE DESEMPEÑO	
Emplear las principales teorías de la comunicación intercultural y su relación con los medios masivos, con el fin de alcanzar una comunicación efectiva en los procesos de negociación internacional.		1. Identifica los aspectos relevantes de los medios masivos de comunicación. 2. Describe las características que componen las comunicaciones en la prensa, radio y televisión. 3. Identifica la pertinencia de los medios de comunicación internacional en diferentes escenarios interculturales. 4. Analiza el impacto de los medios masivos de comunicación en el entorno económico global.	
4.2.1. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DE TRABAJO PRESENCIAL	ESTRATEGIA DE TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS EVALUATIVAS
• Los medios masivos de comunicación.	• Exposición magistral sobre características de los medios masivos de comunicación.	• Observar video sobre medios de comunicación.	• Creación de un meme que comunique un suceso coyuntural del panorama internacional de los negocios.
• La prensa, radio y televisión en los negocios internacionales	• Presentación sobre características y tipos de periódicos internacionales	• Investigación sobre periódicos reconocidos a nivel internacional.	• Redacción de artículo periodístico.
• Medios masivos de comunicación internacional en escenarios interculturales.	• Video foro sobre La televisión y la radio en los negocios internacionales	• Investigación sobre programas de televisión y radio a nivel internacional.	• Exposición con base a análisis de programas de TV y radio internacionales
• Medios masivos de comunicación en el entorno económico global.	• Debate sobre el papel de los Medios masivos de comunicación en el entorno económico global.	• Lectura sobre medios masivos de comunicación.	• Ensayo crítico sobre la influencia de los Medios masivos de comunicación en el entorno global de los negocios.
4.2.2. RECURSOS EDUCATIVOS			
EQUIPOS	HERRAMIENTAS		MATERIALES
Computador	*Tablero		*Artículos científicos.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 5 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: COMUNICACIÓN Y GLOBALIZACIÓN

Video beam	*Marcadores *Internet *Papel bond/cartulinas.	*Textos de periódicos o revistas. *Recursos bibliográficos virtuales. *Libros
Referencias: Básicas. Zallo, R. (2016). <i>Tendencias en Comunicación: cultura digital y poder</i> . Gedisa. Villalba, M. (2012) Biblioteca de comunicación: Técnicas de aprendizaje comunicativo. Volumen 1. Océano. Castells, M., La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura, 3 vals. (1: La Sociedad Red, II: El Poder de la Identidad, III: Fin de milenio), versión castellana de Carmen Martínez Gimena Madrid, Alianza, 1997-1998. Complementarias. Barragán, V., & Terceros, I. (2017). Radios, redes e internet para la transformación social. Del Junco, J. G., & Dos Santos, J. M. B. (2017). <i>Habilidades directivas</i> . Ediciones Pirámide. García-Lomas, O. L., & Churrua, A. N. (2014). <i>Negociación internacional: estrategias y casos</i> . Ediciones Pirámide. Arredondo, P. (2016). Mediatización social, poder, mercado y consumo simbólico. <i>Salamanca: Comunicación Social Ediciones</i> . [Links].		

4.3. ANALISIS DEL DISCURSO EN AMBIENTES INTERNACIONALES

ELEMENTO DE COMPETENCIA	INDICADORES DE DESEMPEÑO
Emplear las principales teorías de la comunicación intercultural y su relación con los medios masivos, con el fin de alcanzar una comunicación efectiva en los procesos de negociación internacional.	<ol style="list-style-type: none">1. Identifica los contenidos del discurso, y sus características.2. Reconoce las diferentes formas de discurso internacionales3. Relaciona los tipos de discurso internacionales.4. Aplica las distintas formas y tipos de discurso de acuerdo al contexto planteado.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 5 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: COMUNICACIÓN Y GLOBALIZACIÓN

4.3.1 ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			
CONTENIDOS	ESTRATEGIA DE TRABAJO PRESENCIAL	ESTRATEGIA DE TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS EVALUATIVAS
• Contenidos del discurso, y sus características	• Exposición magistral sobre el discurso y sus características	• Lectura e investigación sobre características de un discurso.	• Elaboración de documento sobre pasos para crear un discurso.
• Formas de discurso internacionales	• Video foro sobre formas de discurso.	• Investigación sobre formas y tipos de discurso.	• Trabajo escrito sobre formas y tipos de discurso observados en el video: Debate de ateo vs cristiano (film Dios no está muerto).
• Tipos de discurso internacionales	• Exposición magistral sobre tipos de discurso	• Investigación sobre formas y tipos de discurso.	• Análisis del discurso a través de juego de roles con personales internacionales
• Análisis de discursos en medios internacionales	• Video análisis de un discurso en escenarios internacionales	• Análisis de video y lectura de biografía sobre personajes internacionales.	• Análisis del discurso a través de juego de roles con personales internacionales
4.3.2. RECURSOS EDUCATIVOS			
EQUIPOS	HERRAMIENTAS	MATERIALES	
Computador Video beam	*Tablero *Marcadores *Internet *Papel bond/cartulinas.	*Artículos científicos. *Textos de periódicos o revistas. *Recursos bibliográficos virtuales. *Libros	
Referencias:			
Básicas.			
Abril, N. G. P., & Medina, N. C. F. (Eds.). (2016). <i>Introducción a los estudios del discurso multimodal</i> . Universidad Nacional de Colombia.			
Villalba, M. (2012) Biblioteca de comunicación: Técnicas de aprendizaje comunicativo. Volumen 1. Océano.			
Complementarias.			
Barragán, V., & Terceros, I. (2017). Radios, redes e internet para la transformación social.			
Del Junco, J. G., & Dos Santos, J. M. B. (2017). <i>Habilidades directivas</i> . Ediciones Pirámide.			



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA - CUC
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FORMATO PLAN DE ASIGNATURA PA04
Actualizado a 5 de Febrero- 2020

ASIGNATURA: COMUNICACIÓN Y GLOBALIZACIÓN